



COMISIÓN EUROPEA

RESUMEN

Por un turismo urbano de calidad

Gestión integrada de la calidad de los destinos turísticos urbanos

Dirección General de Empresa
Unidad Turismo



Bruselas, 2000

Puede obtenerse información sobre la Unión Europea a través del servidor Europa en la siguiente dirección de Internet: <http://europa.eu.int>.

Al final de la obra figura una ficha bibliográfica.

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2000

ISBN 92-828-7835-X

La presente publicación se ha elaborado mediante un contrato de estudio. Los puntos de vista expresados no constituyen en ningún caso la postura oficial de la Comisión Europea.

© Comunidades Europeas, 2000

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica

Printed in Belgium

IMPRESO EN PAPEL BLANQUEADO SIN CLORO

Prólogo

El turismo es fundamental para la realización de los grandes objetivos de la Unión Europea, como son la promoción del interés del ciudadano europeo, el crecimiento y el empleo, el desarrollo regional, la gestión del patrimonio cultural y natural así como el refuerzo de la identidad europea.

Las zonas urbanas merecen una atención especial como lo demuestra la comunicación de la Comisión «Marco de actuación para el desarrollo urbano sostenible en la Unión Europea», de octubre de 1998, que se propone, entre otras cosas, reforzar la prosperidad económica y el empleo en las ciudades y mejorar el medio ambiente urbano.

Un turismo de calidad puede contribuir al desarrollo sostenible de las zonas urbanas mediante la mejora de la competitividad de las empresas, respondiendo a las aspiraciones sociales y salvaguardando el entorno cultural y natural.

Para tener éxito simultáneamente en esos distintos ámbitos, en un destino turístico se necesita un planteamiento global que se centre en la satisfacción del turista y se base en los principios del desarrollo sostenible; ese planteamiento aparece desarrollado en esta publicación sobre la «Gestión integrada de la calidad».

Aún cuando dicho planteamiento global sea relativamente reciente, determinados destinos turísticos urbanos están ya haciendo verdaderos esfuerzos en ese sentido. Definen estrategias con los interlocutores clave, aplican las prácticas adecuadas y desarrollan continuamente instrumentos de seguimiento y evaluación para ajustar este planteamiento en función de su impacto económico, social y medioambiental. El objeto de esta publicación consiste en extraer lecciones de la experiencia de estos destinos y formular recomendaciones útiles para los destinos turísticos urbanos.

La comunicación de la Comisión «Incrementar el potencial del turismo como generador de empleo», de abril de 1999, destaca la importancia de una amplia difusión de ese tipo de trabajos. Sobre la base de esa comunicación, el Consejo de Ministros de 21 de junio de 1999 dio un nuevo impulso a las actuaciones en favor de la calidad y el turismo sostenible. Por otra parte, las orientaciones para los programas del período 2000-2006 recomiendan que los Fondos Estructurales fomenten un desarrollo del turismo que persiga esos mismos objetivos.

La Comisión espera continuar favoreciendo el intercambio de buenas prácticas en el ámbito del turismo, con la ayuda de todos los interlocutores públicos y de los profesionales interesados.



Erkki Liikanen
*Miembro de la
Comisión Europea*

Introducción

El turismo urbano

Cerca del 80 % de la población europea vive en ciudades, lo que hace de Europa el continente más urbanizado del mundo y de la cuestión urbana uno de los principales retos de los próximos años.

Por una parte, las concentraciones urbanas potencian dificultades a las que se enfrenta la sociedad europea en su conjunto: dificultades de circulación, contaminación, inseguridad y desempleo. Por otra parte, no sólo son el lugar principal de creación de riqueza y el centro del desarrollo cultural y social, sino que también son para los ciudadanos un lugar de vida, trabajo, consumo y tiempo libre.

Desde principios de los años ochenta, el turismo urbano está viviendo un aumento de interés y un crecimiento apreciable. Se está beneficiando sin duda de diversos factores combinados como el movimiento de revalorización, e incluso rehabilitación, de los centros históricos de las ciudades, la ampliación y diversificación de las prácticas culturales, el interés que demuestran los consumidores por el patrimonio y el urbanismo, la búsqueda de actividades y las posibilidades de hacer compras.

El fraccionamiento de las vacaciones, la realización del mercado único y el aumento general de la movilidad son elementos que facilitan el desarrollo del turismo urbano europeo.

La oferta se diversifica a medida de la evolución de los deseos de actividades y de ocio de los visitantes, al hilo de la toma de conciencia y de la voluntad cada vez más firme de los responsables políticos de fomentar el turismo como eje de desarrollo económico, creador de riqueza y empleo.

El turismo aparece como eje estratégico de una política de ordenación urbana que debe proponer a la vez una oferta competitiva destinada a satisfacer las expectativas de los visitantes y una contribución positiva al desarrollo de la ciudad y al bienestar de sus habitantes.

La gestión integrada de la calidad es una forma de actuar en esos dos frentes: desarrollo económico por una parte, y desarrollo urbano por la otra. Ofrece una experiencia única y original al visitante y satisface las legítimas aspiraciones de la población a un desarrollo económico y social armonioso y respetuoso con el medio ambiente.

La presente publicación resume los factores de éxito de esos planteamientos, pone de relieve formas de proceder e ilustra los medios empleados y los resultados obtenidos a partir de quince estudios específicos de destinos turísticos urbanos europeos.

¿A quién se dirige esta publicación?

Este documento es un instrumento para todos los operadores públicos o privados que se dedican a gestionar destinos urbanos. Se trata normalmente de los responsables y prestatarios de servicios y productos turísticos a nivel del destino, pero también de los encarga-

dos del desarrollo urbano (servicio de planificación y urbanismo, organismos de desarrollo y medio ambiente, etc.). Las experiencias y las recomendaciones también podrán ayudar a las autoridades públicas locales, regionales y nacionales, la industria turística y especialmente las PYME, motor y sostén fundamental de los planteamientos de calidad de un destino urbano.

Asimismo, las empresas turísticas podrán encontrar indicaciones sobre la forma de contribuir individualmente o en grupo a la mejora de la calidad del destino.

¿Qué tipos de destinos urbanos se han seleccionado para el análisis?

Destinos urbanos procedentes de todo el Espacio Económico Europeo, convertidos en destinos turísticos. Se trata a la vez de pequeñas ciudades y de grandes metrópolis, de ciudades de tradición turística y de ciudades que han adquirido esa característica más recientemente, así como ciudades activas en distintos ámbitos del turismo urbano (recintos culturales, centros de ocio, centros de negocios, ciudades de ferias y congresos). Se han excluido del perímetro de los estudios específicos las ciudades residenciales y las ciudades de menos de 20 000 habitantes.

Método de trabajo

Esta publicación es el resultado de un estudio realizado por la sociedad consultora belga OGM («Organisation Gestion Marketing») para la Dirección General de Empresa (Unidad Turismo) de la Comisión Europea.

El proceso de identificación y selección de los quince casos estudiados se basa en una amplia recogida de información entre organismos europeos, nacionales y regionales y en la valoración de las respuestas a un cuestionario de autoevaluación que se remitió individualmente a 171 destinos urbanos del Espacio Económico Europeo.

Una primera selección, realizada gracias a un panel de expertos, llevó a escoger a 28 de ellos, que han sido objeto de investigaciones complementarias para conservar al final sólo quince destinos y estudiarlos en profundidad (concretamente mediante una visita *in situ*).

Los 15 destinos finalmente seleccionados traducen la diversidad de los destinos turísticos urbanos europeos tanto desde el punto de vista de su localización, dimensiones, grado de apertura y dependencia del turismo, madurez de los planteamientos de calidad y de la manera de llevarlos a cabo, como de sus objetivos y estrategias. No son situaciones únicas pero reflejan experiencias reales con carácter ilustrativo y no pretenden en ningún caso que se las considere como modelos.

Estructura del resumen de las recomendaciones

Cooperación: sentar las bases de la gestión integrada de la calidad	7
Estructuración y tipología de los interlocutores	8
Reparto de papeles entre los interlocutores	8
Concepción: planes estratégicos y objetivos	9
Análisis de la situación actual	9
Definición de los objetivos y directrices del planteamiento	9
Medio ambiente y desarrollo sostenible	9
Los recursos humanos y las iniciativas de formación	9
Realización de la gestión integrada de la calidad	9
Iniciativas de las autoridades públicas	9
Medio ambiente y desarrollo sostenible	10
Accesibilidad y movilidad	10
Seguridad	10
Servicios y apoyo de la autoridad común a los interlocutores	10
Comunicación interna y animación	10
Promoción y comunicación externa	11
Nuevas tecnologías de la información y comunicación	11
Formación	11
Servicios que se prestan a los turistas	11
Información y acogida	11
Hostelería y restauración	12
Atracciones, acontecimientos y productos combinados	12
Seguimiento	12
Satisfacción de los turistas	12
Satisfacción de los profesionales del turismo	13
Medida de los efectos del turismo sobre la economía, el medio ambiente y la calidad de vida de los habitantes	13
Evaluación y redefinición de los elementos del planteamiento seguido	13
Conclusión	14

Resumen de las recomendaciones

Las recomendaciones que se formulan a continuación se dirigen principalmente a los actores públicos y privados del turismo preocupados por contribuir a un desarrollo armónico de la industria del turismo en el territorio de su ciudad y sus alrededores optimizando las consecuencias positivas tanto a nivel de la satisfacción de los turistas como a nivel socioeconómico y de la calidad de vida de sus conciudadanos.

Dichas recomendaciones se basan en el análisis de los factores cuya relevancia se ha demostrado en el éxito de la gestión integrada de la calidad de los destinos turísticos urbanos y se refieren tanto a la fase de concepción del planteamiento, las estrategias y las realizaciones como a la aplicación, los medios, las medidas y los resultados.

Tienen un contenido práctico para responder a las necesidades concretas de los agentes turísticos que suelen oír hablar de la gestión integrada de la calidad de un destino turístico sin conocer realmente ni los retos, ni las implicaciones, y sin siquiera saber cómo abordar y poner en marcha semejante planteamiento.

Hay que tomar previamente cuatro precauciones:

- las soluciones propuestas no son ni universales, ni exhaustivas, sino que ilustran sobre las prácticas que han funcionado y se pueden transponer, en todo caso, en su espíritu;
- la gestión integrada de la calidad es un planteamiento de gestión nuevo en el ámbito de los destinos turísticos: los pioneros se sitúan, en su mayor parte, en el período de aprendizaje cuando éxitos y fracasos aún coexisten;
- el propio concepto de gestión integrada de la calidad lo conocen poco numerosos actores de terreno: otros destinos distintos de los seleccionados se inscriben claramente en este planteamiento sin haber sentido nunca la necesidad de relacionarlo con el concepto de gestión integrada de la calidad;
- los resultados de este estudio deberán interpretarse como una contribución a la política europea de promoción de la calidad y a su estrategia de acción destinada, entre otras cosas, a la difusión de las buenas prácticas dentro de los Estados miembros.

La realización de este estudio ha permitido la elaboración de un esquema del planteamiento para los destinos turísticos que ha servido de hilo conductor en la presentación de los casos seleccionados. Ese esquema es global y sistémico, flexible y adaptable: de alguna forma, es un referente evolutivo y recurrente.

Cooperación: sentar las bases de la gestión integrada de la calidad

No existe una receta para realizar con éxito un proyecto sobre calidad de un destino turístico urbano. No obstante, hay una serie de condiciones básicas que aumentan la probabilidad de mejora sostenible de la calidad si se cumplen.

En términos generales, la gestión integrada de la calidad es un proceso recurrente y participativo.

En el turismo y más concretamente a nivel de las ciudades, ese proceso implica una política de gestión integrada, es decir, que afecte al conjunto de agentes que actúan simultáneamente sobre la oferta turística básica, fuente de atracción para el visitante, y sobre los servicios secundarios, apoyo importante de la experiencia global vivida.

Hay seis condiciones que suscitan, mantienen y desarrollan la dinámica de cooperación de los distintos actores.

Son las siguientes:

- instaurar una dirección fuerte, bien estructurada, institucionalizada, dotada de medios de acción (financieros y humanos), que disfrute de autonomía y responsabilidades y se beneficie del apoyo de los poderes públicos, de los agentes del sector privado y de la población local;
- desde la fase de definición del proyecto y hasta el seguimiento de su realización, adoptar un planteamiento de cooperación basado en una colaboración estrecha y coherente entre todos los agentes a nivel local, regional y nacional e incluso internacional y beneficiarse de esa forma de los efectos de sinergia, desmultiplicación de las acciones y economías de escala resultantes;
- elaborar una visión común de desarrollo del turismo basada en la concertación entre actores, la consulta de la población local y un sistema eficaz de circulación interna de la información;
- buscar una distribución equilibrada de las consecuencias positivas del desarrollo turístico urbano entre los visitantes, los profesionales del sector, su personal y la población local. Se trata de crear las condiciones de un funcionamiento positivo donde todos y cada uno obtengan un valor añadido;
- definir una política coherente y coordinar sobre el terreno la acción de los servicios encargados del turismo y los demás servicios responsables del desarrollo urbano que contribuyen de manera sustancial a la calidad de la experiencia del visitante (transportes en común, limpieza pública, policía, etc.);
- crear incentivos que favorezcan el surgimiento y estimulen el desarrollo de la iniciativa privada en la mejora de la calidad del turismo. Dichos incentivos serán constructivos o represivos y podrán adoptar múltiples formas (fiscalidad, ayudas y subsidios, información y promoción, premios y recompensas, formación, etc.).

Federar a los interlocutores en torno a una autoridad común: la gestión integrada de la calidad requiere una autoridad fuerte y reconocida.

Estructuración y tipología de los interlocutores

El plan estratégico de desarrollo debería:

- identificar a los diferentes interlocutores, representantes de las autoridades políticas y administrativas a todos los niveles (local, regional, nacional y europeo), profesionales del turismo de los sectores público y privado (organismos públicos del turismo, asociaciones profesionales, propietarios y gestores de empresas turísticas), representantes de la sociedad civil (organizaciones no gubernamentales, representantes de la población, ciudadanos);
- definir las estructuras de concertación, consulta e información de los distintos interlocutores y describir su modo de proceder (grupos de trabajo, reuniones de barrio, encuestas, métodos de seguimiento y evaluación de resultados, etc.).

Reparto de papeles entre los interlocutores

El plan estratégico de desarrollo debería describir de manera precisa el papel, responsabilidades y derechos de cada uno de los interlocutores para cada una de las fases del planteamiento de gestión integrada de la calidad.

Concepción: planes estratégicos y objetivos

La elección de los objetivos depende de factores relacionados con el contexto, el posicionamiento y las orientaciones de la política de desarrollo turístico. Lo ideal sería que se definieran teniendo en cuenta la política de desarrollo urbano. La realización de la gestión integrada de la calidad de los destinos turísticos urbanos supone que se preste una especial atención:

- al análisis de la situación actual;
- a la definición de los objetivos y directrices del planteamiento;
- al medio ambiente y al desarrollo sostenible;
- a los recursos humanos y a las iniciativas de formación.

Análisis de la situación actual

Los actores de un destino urbano dispondrán de un análisis en profundidad del tipo SWOT ⁽¹⁾ sobre el posicionamiento del turismo en relación con las grandes tendencias del mercado, sus potencialidades y los límites de su desarrollo sostenible, sus efectos positivos y sus obstáculos.

Definición de los objetivos y directrices del planteamiento

Se expresarán claramente las razones que han impulsado a elaborar un planteamiento de gestión integrada de la calidad para evitar que posteriormente se defrauden las expectativas de los actores públicos y privados y de la comunidad local. Dichas razones tendrán preferentemente una connotación positiva y preventiva más que negativa y correctora.

Los objetivos serán operativos, evaluables y escalonados en el tiempo. Al ser limitados en número, se podrán comunicar más fácilmente, contribuirán a federar a los actores, reforzarán la movilización interna del destino y aumentarán la información de unos visitantes cada vez más sensibles a las ideas del consumo.

Medio ambiente y desarrollo sostenible

Esos objetivos se inscribirán en una estrategia global de desarrollo urbano destinada a maximizar las consecuencias socioeconómicas locales y optimizar la calidad de vida, hoy y para las generaciones futuras. Esas dimensiones deberán ser coherentes con los temas de la Agenda 21.

Los recursos humanos y las iniciativas de formación

El factor humano es una de las claves del éxito de un destino turístico urbano. El visitante se acordará con más frecuencia y hablará a sus allegados de la calidad de los contactos. Por lo tanto, la elección de los objetivos incluirá siempre la satisfacción del personal multiplicando las fuentes de realización personal mediante una política de formación continua y de mejora de las condiciones de trabajo.

Realización de la gestión integrada de la calidad

Iniciativas de las autoridades públicas

Cada destino urbano escoge sus propias prioridades para la realización de su plan de gestión integrada de la calidad. Esa elección suele tener que ver con las razones mismas que dieron lugar a una primera reflexión sobre la calidad así como con los recursos turísticos de cada ciudad y se traduce en una enorme diversidad de acciones, con frecuencia por iniciativa de las autoridades públicas y especialmente en los siguientes campos:

⁽¹⁾ Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats.

- medio ambiente y desarrollo sostenible;
- accesibilidad y movilidad;
- seguridad.

Medio ambiente y desarrollo sostenible

Las políticas de desarrollo turístico incluirán medidas prácticas para tratar los aspectos más amplios del destino y entrarán de manera coherente en una política general de protección y gestión del medio ambiente. Esas medidas harán referencia especialmente a la integración, en los planes de urbanismo, del desarrollo de infraestructuras turísticas y de programas de rehabilitación del hábitat en el centro de las ciudades, recogida de basuras, etc.

Accesibilidad y movilidad

Los flujos turísticos urbanos generados por el uso de medios de transporte individuales se añaden a los problemas cotidianos de circulación y de contaminación de las ciudades. Las autoridades locales deben elaborar un planteamiento global con incentivos y medidas disuasorias. Dicho planteamiento debería incluir fundamentalmente:

- el desarrollo de transportes públicos intermodales, eficaces y con precios competitivos;
- la venta de productos y servicios específicos que animen a los turistas y a los residentes a preferir el uso de los transportes públicos;
- la creación de aparcamientos disuasorios y de zonas de acceso y circulación restringidos.

Se prestará una especial atención al problema de los minusválidos.

Seguridad

La mejora real y subjetiva de la seguridad de un destino contribuye a su imagen y poder de atracción turística. Su percepción se reforzará mediante acciones preventivas, la creación de un servicio de ayuda a las víctimas y la formación de la policía local en materia de recepción de los turistas y tratamiento rápido de sus denuncias.

Servicios y apoyo de la autoridad común a los interlocutores

Todo destino urbano que lleva a cabo un planteamiento de gestión integrada de la calidad aporta su apoyo a los interlocutores del turismo a través de un conjunto de servicios que cubren:

- la comunicación interna y la animación;
- la promoción y la comunicación externa;
- las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación;
- la formación.

Comunicación interna y animación

La comunicación interna debería:

- asentar la legitimidad de la estructura jerárquica y garantizarle el apoyo activo de la población local en sus acciones de desarrollo turístico;
- dirigirse a diferentes públicos, garantizar los intercambios de información, crear vínculos entre los interlocutores y dinamizar el sector del turismo;
- reforzar la identidad del destino.

La comunicación interna abarcará:

- las realidades del turismo urbano y sus perspectivas económicas;
- la organización, junto con todos los interlocutores afectados, de reuniones de trabajo y de concertación sobre el desarrollo del turismo en el destino;

- el plan estratégico de desarrollo del turismo y los resultados de los esfuerzos desplegados;
- una guía práctica de los servicios turísticos disponibles en el destino.

Promoción y comunicación externa

Cada destino turístico desarrollará su política de promoción de acuerdo con dos ejes:

- presencia y visibilidad entre los profesionales del turismo, principalmente mediante la utilización de las nuevas tecnologías y la creación de un sitio Internet;
- presencia sobre el terreno por medio de los promotores y «embajadores» ocasionales del destino (agentes de policía, taxistas, conductores de los transportes públicos, comerciantes, etc.).

Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación

El líder de un destino urbano animará a los interlocutores turísticos del turismo a utilizar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para:

- suministrar información útil, de forma automática y continua, *in situ* o fuera del destino;
- facilitar el proceso de reserva interactiva;
- fomentar el diálogo registrando las quejas y comentarios tanto de los turistas como de la población local.

Formación

La autoridad común fomentará el refuerzo de las competencias del personal del sector turístico con objeto de mejorar su capacidad de contacto y la calidad de su acogida ante los visitantes. Se diversificarán los ámbitos de formación y comprenderán, entre otras cosas, la calidad de la acogida, la disponibilidad, la implicación y la motivación del personal, las lenguas extranjeras, el conocimiento de los recursos del destino y de los acontecimientos concretos, la capacidad de ayudar al visitante en la organización de su estancia, etc.

Servicios que se prestan a los turistas

Un planteamiento de gestión integrada de la calidad debería prestar una atención constante a las necesidades de los turistas antes de su salida, durante su viaje y estancia y después de su regreso.

Las respuestas facilitadas tratan de los siguientes temas:

- la información y acogida;
- la hostelería y la restauración;
- atracciones, acontecimientos y productos combinados.

Información y acogida

La información debería ser permanentemente accesible tanto mediante la utilización de las nuevas tecnologías como a través de los interlocutores del destino.

Será coherente, completa, atractiva y transmitirá mensajes que respondan a las expectativas de los visitantes.

La calidad de la acogida de los visitantes:

- se mostrará en todos los puntos estratégicos de un destino;
- se materializará en la amabilidad, la disponibilidad y la competencia de los profesionales del turismo;
- se reforzará mediante la participación activa de la población local;

- se apoyará en las nuevas tecnologías (formas de pago, difusión y acceso a la información, etc.).

Hostelería y restauración

La calidad del alojamiento y de los servicios de restauración contribuyen ampliamente a la imagen positiva de un destino urbano que, en general, ofrece una gran cantidad de alternativas a sus visitantes.

El destino realizará, por lo tanto:

- una clasificación nacional o local;
- etiquetas de calidad y códigos de conducta;
- una evaluación comparativa de los sistemas de clasificación;
- valorización del patrimonio culinario del destino o de su región;
- formación específica del personal de los sectores de la hostelería y de los servicios de restauración;
- realización de adaptaciones para las necesidades específicas de los minusválidos.

Las acciones constituyen elementos que contribuyen a la imagen positiva de un destino turístico y deberían permitir que los turistas aprecien con toda tranquilidad y confianza la calidad y la diversidad de los servicios de hostelería y restauración.

Atracciones, acontecimientos y productos combinados

La diversidad de los recursos y la capacidad de un destino urbano para asociar las atracciones y los acontecimientos determinan en gran parte el atractivo de la ciudad y el nivel y calidad de las consecuencias positivas que genera el turismo.

Ello implica un planteamiento integrado y diversificado:

- de la valorización de los recursos del destino;
- del control y la canalización de los flujos en la ciudad;
- de la optimización de su accesibilidad tanto para los visitantes como para los habitantes de la ciudad;
- de la organización de las visitas en función de los distintos públicos.

Seguimiento

La gestión integrada de la calidad se basa en el principio de la recurrencia. Es primordial alimentar el proceso mediante una información periódica y apropiada sobre los resultados obtenidos en términos de satisfacción y sobre la evolución del contexto y las tendencias.

Satisfacción de los turistas

Se crearán distintos tipos de indicadores y la recogida de información y de datos cifrados se realizará siempre que sea posible antes, durante y después de la visita y/o la estancia del visitante en el destino turístico.

Una primera categoría de encuestas antes y durante la visita permitirá:

- adelantarse a las grandes tendencias del mercado del turismo urbano y determinar la posición de la ciudad en relación con esas tendencias;
- identificar los perfiles de los visitantes y sus comportamientos;
- describir la imagen del destino en el ánimo de los visitantes y en de los candidatos y no candidatos a visitantes;
- descubrir las expectativas de los visitantes y de los candidatos a visitantes;
- comprobar la imagen del destino que difunden los creadores de opinión y los vendedores entre los candidatos y no candidatos a visitantes del destino.

La segunda categoría de encuestas se efectuará en el momento del regreso o después de la visita y permitirá:

- evaluar en qué medida se han satisfecho las expectativas del visitante y cuál es su nivel de satisfacción;
- evaluar si la imagen del destino se ha visto modificada por la visita;
- medir cómo se traduce ese cambio de imagen a nivel de la satisfacción expresada por el visitante y cómo la hace repercutir a su regreso entre sus allegados;
- recoger en caliente los comentarios y sugerencias de los visitantes.

Satisfacción de los profesionales del turismo

Se trata de elaborar los indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan:

- evaluar la eficacia del sector turístico por categoría de visitantes y prestaciones de servicios;
- medir los esfuerzos realizados por los profesionales de las diferentes ramas del turismo para cumplir con las normas y requisitos de calidad desarrollados y elaborados por sus asociaciones profesionales y/o las autoridades encargadas de la realización del planteamiento de gestión integrada de la calidad;
- evaluar la calidad de los contratos de trabajo y las posibilidades de carrera que se ofrecen a los profesionales del sector.

Medida de los efectos del turismo sobre la economía, el medio ambiente y la calidad de vida de los habitantes

Los indicadores de medida deberán ser a la vez cuantitativos y cualitativos y permitirán, entre otras cosas, medir:

- la percepción por parte de la población de los efectos del turismo, sus ventajas e inconvenientes;
- las consecuencias socioeconómicas, la creación de puestos de trabajo y de ingresos (riqueza), las nuevas infraestructuras y la mejora de determinados equipamientos y servicios públicos gracias a la actividad turística;
- los efectos positivos del planteamiento de gestión integrada de la calidad sobre la calidad real y subjetiva de la vida según la perciben los habitantes de la ciudad y los de las zonas vecinas;
- los efectos reales positivos o negativos de todo tipo de desarrollo de la actividad turística sobre la calidad del medio ambiente y la incidencia del planteamiento sobre el desarrollo sostenible.

Estas medidas sobre los efectos subjetivos y reales implican una reflexión de fondo sobre los parámetros que deben tenerse en cuenta, la elección de los indicadores más pertinentes y la integración de los datos recogidos en las políticas y estrategias. Dichos indicadores deberán aplicarse igualmente a las incidencias sobre las zonas circundantes, especialmente las rurales.

Evaluación y redefinición de los elementos del planteamiento seguido

Hay que recordar que la gestión de la calidad se basa en el principio de retroalimentación y recurrencia dentro de un proceso cíclico de mejora continua. Por lo tanto, la medición de la calidad constituye una etapa obligada para transformar un planteamiento concreto en sistema permanente de evolución.

Cada una de las medidas de efecto que suministren los indicadores cuantitativos y cualitativos permitirán proceder a posibles evaluaciones y actuaciones correctoras, enviar a los actores una imagen de su eficacia y garantizar una base permanente para el planteamiento de gestión integrada de la calidad.

Conclusión

La autoridad común desempeña un papel:

- de líder del planteamiento de gestión integrada de la calidad del destino turístico urbano;
- de federador de los diferentes actores mediante la creación de las estructuras de concertación y consulta;
- de iniciador de acciones específicas que fomenten la mejora de la calidad de los servicios y productos turísticos que se ofrecen a los visitantes;
- de integrador de este planteamiento en el contexto más amplio del desarrollo general del destino y de la región circundante;
- de garante de una política de desarrollo sostenible del turismo basado en una utilización óptima de los recursos del destino.

Los prestatarios de servicios turísticos, públicos y privados, deberían:

- ser los interlocutores de la autoridad pública para la definición, realización y seguimiento del planteamiento de gestión integrada de la calidad;
- aceptar las normas y requisitos de calidad (y de respeto del medio ambiente) y buscar permanentemente la mejora de los servicios y productos que se ofrecen a los turistas;
- escuchar a los visitantes y a su personal para enriquecer el debate y el planteamiento de gestión integrada de la calidad;
- contribuir mediante iniciativas individuales y colectivas a la capacidad de atracción del destino;
- proteger, desarrollar e incluso imponer a los ojos de los visitantes una imagen positiva y el carácter específico del destino urbano.

La población local debería:

- participar en las reuniones de concertación y encuestas organizadas por la autoridad pública en el marco de la definición, realización y seguimiento del planteamiento de gestión integrada de la calidad;
- participar activamente en la mejora de la acogida a través de su actitud, amabilidad y disponibilidad frente a los visitantes;
- respetar y ayudar a la realización de las medidas y normativas elaboradas por la autoridad pública referidas, entre otras cosas, a la limpieza de la ciudad, la rehabilitación de edificios, el respeto del medio ambiente, la utilización de los transportes públicos y la seguridad.

Para ello, se debería inducir a los turistas a comportarse de manera responsable y:

- ser sensibles con el bienestar de la población local;
- respetar las tradiciones y especificidades culturales de los habitantes del destino;
- aceptar las medidas adoptadas para minimizar el efecto negativo de los flujos turísticos sobre el medio ambiente.

Lista de estudios específicos presentados en el documento completo:

Amsterdam (Países Bajos)
Aix-en-Provence (Francia)
Coimbra (Portugal)
Dublín (República de Irlanda)
Glasgow (Reino Unido)
Gotemburgo (Suecia)
Leipzig (Alemania)
Loutraki (Grecia)
Málaga (España)
Orléans y Blois (Francia)
Rodas (Grecia)
St Andrews (Reino Unido)
Estocolmo (Suecia)
Volterra (Italia)
Winchester (Reino Unido)

Comisión Europea

Por un turismo urbano de calidad. Gestión integrada de la calidad
de los destinos turísticos urbanos

Resumen

Dirección General de Empresa, unidad Turismo

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas

2000 – 14 pp. – 21 x 29,7 cm

ISBN 92-828-7835-X

